



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ

ÚSTAV INFORMATIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUTE OF INFORMATICS

## PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR

BUSINESS PROJECT

## BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

LUCIE KOČMANOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

*ING. IVANA GROLIGOVÁ, CSc.*

BRNO 2008

## **Abstrakt**

Tato práce se zabývá vytvořením podnikatelského záměru fiktivní firmy. Popisuje situace, které mohou vzniknout při zakládání nové firmy a vysvětluje jejich možná řešení.

## **Klíčová slova**

podnik, finance, plán, cíle, rizika, řízení

## **Abstract**

This work puts mind to technic creation of bussines projekt some simulated company. It describe currect situation, which may originate in real situation, and it explains their current solution.

## **Key words**

company, finance, plan, objectives, threats, management

**Bibliografie DP :**

KOČMANOVÁ, L. *Podnikatelský záměr*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2008. 46 s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Ivana Grohlová, CSc.

### **Čestné prohlášení :**

Prohlašuji, že bakalářská práce na téma „Podnikatelský záměr“ je původní a vypracovala jsem ji samostatně pod vedením Ing. Ivany Groligové, CSc. a uvedla v seznamu literatury všechny použité literární a odborné zdroje.

V Brně dne 31. května 2008

-----

vlastnoruční podpis autora

## **Poděkování**

Poděkování patří celé mojí rodině, která se mnou měla trpělivost a podporovala mě během tvorby bakalářské práce a především paní inženýrce Ivaně Groligové za její odborný dohled a neocenitelné rady.

## Obsah:

Úvod.....	9
Vymezení problému a cíle práce .....	10
1 Teoretická východiska práce .....	11
1.1 Podnikatelský plán .....	11
1.2 Identifikace podnikatelských příležitostí .....	11
1.3 Investiční fáze .....	12
1.5 Jednotlivé části podnikatelského plánu.....	12
1.6 Marketingová studie .....	14
1.7 Strategie projektu .....	15
1.7.1 Strategie z hlediska podílu na trhu.....	15
1.7.2 Strategie nákladového prvenství.....	15
1.7.3 Strategie diferenciacce.....	15
1.7.4 Strategie tržního výklenku .....	16
1.8 Marketingový mix.....	16
1.8.1 Výrobek .....	16
1.8.2 Cena a cenová politika .....	16
1.8.3 Podpora prodeje .....	16
1.8.4 Distribuční kanály.....	17
1.8.5 Lidské zdroje.....	17
1.8.6 Organizace a řízení .....	17
1.9 Plán realizace projektu.....	17
1.10 Podnikání na základě živnostenského oprávnění.....	18
1.10.1 Důležité při zahájení živnosti: .....	18
1.10.2 Výhody podnikání na živnostenský list.....	18
1.10.3 Nevýhody podnikání na živnostenský list .....	18
1.11 Podnikatelské riziko.....	19
2 Analýza problému a současné situace .....	20
2.1 Trh.....	20
2.1.1 Hledisko geografické .....	20
2.1.2 Hledisko časové .....	20
2.1.3 Hledisko demografické .....	20
2.2 Konkurence .....	22
2.3 Analýza SWOT .....	22
2.3.1 Oblasti používání SWOT analýzy: .....	23
2.3.2 Silné stránky .....	23
2.3.3 Slabé stránky.....	23
2.3.4 Příležitosti .....	23
2.3.5 Hrozby .....	24
2.4 Marketingový mix.....	24
2.4.1 Výrobek .....	24
2.4.2 Cena .....	24
2.4.3 Podpora prodeje .....	25
3 Vlastní návrhy řešení .....	26
3.1 Souhrnný přehled.....	26
3.2 Cíle, kterých chci podnikatelskou činností dosáhnout.....	26
3.3 Strategie .....	27

3.4	Moje služby.....	28
3.5	Cenová politika .....	28
3.5.1	Pojem kalkulace .....	28
3.5.2	Druhy kalkulací: .....	29
3.5.3	Stanovení nákladů v předběžných kalkulacích.....	29
3.5.4	Předběžná kalkulace .....	30
3.5.5	Program slev .....	30
3.6	Propagace, reklama .....	31
3.6.1	Webové stránky .....	31
3.7	Organizační plán .....	32
3.7.1	Organizační struktura.....	33
3.7.2	Pracovně – právní vztahy.....	34
3.7.3	Pracovní doba .....	34
3.7.4	Mzda , bonusy .....	34
3.7.5	Výběrové řízení.....	34
3.7.6	Požadavky na zaměstnance.....	35
4	Způsob financování a zhodnocení podnikatelského záměru .....	36
4.1	Odpisy .....	36
4.1.1	Automobil .....	36
4.1.2	PC.....	36
4.2	Podnikatelský úvěr.....	37
4.3	Mzdové náklady.....	37
4.4	Výpočet čisté mzdy.....	38
4.5	Provozní náklady .....	38
4.6	Očekávané tržby .....	39
4.7	Zakladatelský rozpočet .....	39
4.8	Plán peněžního toku.....	40
4.9	Zhodnocení podnikatelského záměru a doporučení.....	40
	Závěr .....	42
	Seznam použité literatury .....	45

# Úvod

Rozhodla jsem se stát podnikatelkou. I když jde o velmi složité rozhodnutí, které můj život značně ovlivní, jsem ochotna přijmout všechna rizika a doufat v uskutečnění veškerých výhod, které podnikání přináší.

Žijeme v zemi, kde existuje jistá podpora malého podnikání, ale stát je plný náročných spotřebitelů, které není jednoduché uspokojit. Trh je v určitých oblastech přesycen, v jiných je nabídka služeb nedostatečná a právě na tuto oblast se chci ve své bakalářské práci zaměřit.

Doba se neustále mění, existují zde ale určité standardy, které zůstávají stále stejné. Každý podnikatel musí počítat se značnými riziky, která je nutné akceptovat, se silným tlakem konkurence, která na něho bude působit na každém kroku.

V tomto případě je vytvoření podnikatelského plánu nezbytností. Jde tedy o logický záměr, jak těmto rizikům předcházet, jak být lepší než konkurence, jak nakládat s vlastními a cizími finančními prostředky. Musíme přesně definovat, co bude naším produktem, kdo budou naši zákazníci, kdo budou naši dodavatelé, kolik finančních prostředků jsme schopni zajistit z vlastních zdrojů a jaké prostředky budeme potřebovat od peněžních ústavů.

Ve své bakalářské práci se zabývám vytvořením podnikatelského plánu pro vznik fiktivní firmy, budu řešit její vstup na trh, založení živnosti, sortiment služeb, právní formu podnikání, vize do budoucna.



## Vymezení problému a cíle práce

Dnešní hektická doba s sebou nese řadu lákadel a rizik. Největší hrozbou moderního způsobu života je především nedostatek času na vlastní rodinu a své blízké. Matky a otcové tráví většinu dne v zaměstnání, aby svým dětem zajistili život na určité úrovni. Tyto děti pak vyrůstají osamoceně s pocitem nedostatku rodičovské lásky. Mnoho manželství kvůli nedostatku času a zániku komunikace končí rozvodem a řada mladých lidí se rozhodne děti nemít vůbec, aby se těmto problémům vyhnuli.

Žádný výše popsaný extrém není správný. Doba se ale bohužel neobejde bez toho, aby pracovali oba rodiče a nemít dítě znamená ztrátu určité části vlastní osobnosti a smyslu života.

Realita je taková, že většina rodičů řeší hned několik problémů:

**Kam dát své dítě, když musím do zaměstnání a nikdo z rodiny nemůže ratolest pohlídat??**

**Jak vyřešit akutní nedostatek mateřských školek a jeslí??**

**Jak zajistit svému dítěti kvalitní přípravu ke studiu??**

Na trhu vznikla trhlina v oblasti jeslí, mateřských škol a agentur zabývajících se hlídáním či doučováním dětí. Je zde nedostatek seriózně jednajících společností, které by rodičům tuto situaci usnadnily.

Předmětem mojí bakalářské práce je právě vytvoření podnikatelského záměru pro agenturu zabývající se touto problematikou. Místem podnikání bude Brno. Jde o velké město s řadou příležitostí a možností, jak svůj plán převést v úspěšnou realitu. Právě velká města jsou dnešní hektickou dobou poznamenána nejvíce.

# 1 Teoretická východiska práce

## 1.1 Podnikatelský plán

Potřeba podnikatelského plánu vzniká vždy, je-li zapotřebí peněžních prostředků. Vlastní přípravu a realizaci podnikatelských projektů od identifikace určité základní myšlenky projektu až po uvedení projektu do provozu lze chápat jako určitý sled tří fází:

- předinvestiční
- investiční
- provozní (operační)

Předinvestiční fáze se člení do tří etap:

- identifikace podnikatelských příležitostí
- předběžný výběr projektů a příprava projektů včetně analýz
- hodnocení projektu a rozhodnutí o jeho realizaci či zamítnutí<sup>1</sup>

## 1.2 Identifikace podnikatelských příležitostí

Tato fáze zpravidla bývá podnětem pro mobilizaci finančních zdrojů. V této fázi využíváme především výsledků různých studií, např. marketingová studie, analýza dovozu, studie struktury produkce a spotřeby v dané zemi. Takto získané informace je ale zapotřebí důkladně posoudit a vyhodnotit. K tomuto účelu slouží právě studie podnikatelských možností, jejímž úkolem je zpracování informací o daných příležitostech. Vyhodnocení slouží k předběžnému výběru.

---

<sup>1</sup> FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Praha: Grada. 1995. 184s. ISBN 80-85623-20-X

### **1.3 Investiční fáze**

Investiční fáze zahrnuje větší počet činností, které tvoří náplň vlastní realizace projektu.

### **1.4 Technicko-ekonomická studie podnikatelského projektu**

Cílem technicko-ekonomické studie je detailní rozpracování technických, ekonomických, finančních, manažerských aspektů projektu. Tato studie by měla přinést nejdůležitější informace k celkovému vyhodnocení podnikatelského projektu. Tato studie by měla obsahovat tyto jednotlivé složky:

- analýza trhu a marketingová strategie
- velikost výrobní jednotky
- materiálové vstupy a energie
- umístění výrobní jednotky
- pracovní síla (lidské zdroje)
- organizace řízení
- finanční analýza a hodnocení
- analýza rizika
- plná realizace

Příprava této studie by měla odrážet tvůrčí myšlení a variantní přístupy.<sup>2</sup>

### **1.5 Jednotlivé části podnikatelského plánu**

a) stručné prohlášení

Jednou větou definujeme, co je naší myšlenkou.

---

<sup>2</sup> FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Praha: Grada. 1995. 184s. ISBN 80-85623-20-X

#### b) Trh

Poznání trhu, analýza a prognóza poptávky, vyjasnění konkurenční situace tvoří východiska pro koncipování marketingové strategie projektu a základních marketingových nástrojů, které tvoří především marketingový mix. Téma trhu je jedna z nejdůležitějších částí samotného podnikatelského plánu, která nejvíce zajímá osoby půjčující peníze.

#### c) Odbornost, zkušenosti a zdroje zainteresovaných osob

V této části je nutné uvést především zprávu o podnikatelské činnosti své i svých partnerů. Jde především o vyzdvižení odborných znalostí a dovedností.

#### d) Výhody výrobku či služby

Informace je nutné rozdělit na:

- stručný popis výrobku, myšlenky či služby
- funkčnost, použitelnost
- přednosti oproti konkurenci
- ocenění (podrobnosti v příloze)

#### e) Metody

#### f) Dlouhodobý výhled

#### g) Použití fondů

V této části je nutné uvést částku, kterou do podniku vkládáme, o kolik ji plánujeme zvýšit, vyhotovíme seznam položek, za které chceme prostředky utratit. Jde například o nákup pozemků, provozní kapitál, reklama.

#### h) Finanční cíle

Zde zveřejníme především předpokládaný obchodní obrat za první rok, předpokládaný čistý zisk za první rok, jak velká část půjčky bude uhrazena, plány na další rok.

#### i) Dodatky

#### j) Minulost podniku<sup>3</sup>

## 1.6 Marketingová studie

Náplní této studie je získávání, analýza a hodnocení informací o trhu a jeho okolí.

Je zapotřebí především:

- stanovit cílový trh projektu: definice trhu, charakteristika produktů, podpora prodeje, konkurence
- analyzovat zákazníky: Kdo jsou kupující, kdo rozhoduje o nákupech, kdy a v jakém množství se zbožím nakupuje
- analyzovat tržní konkurenci: faktory konkurence, potenciální konkurence na trhu, substituční výrobek či služba
- analyzovat distribuční kanály: především kanály spojující výrobce a spotřebitele (velkoobchod, maloobchod, přímý prodej)
- analyzovat obor, do kterého podnikatelský projekt náleží
- stanovit budoucí vývoj poptávky: prognóza vývoje celkového objemu trhu, detailní odhad skutečného objemu trhu

---

<sup>3</sup> BLACKWELL, E. *Podnikatelský plán*. přeložil J. Tolman. 1. vyd. Praha: Readers International Prague. 1993. 134s. ISBN 80-901454-1-8

Souhrn výsledků marketingové studie umožňuje identifikovat tržní příležitosti a tržní rizika podnikatelského projektu.

## **1.7 Strategie projektu**

Výsledky marketingového výzkumu tvoří dostatečnou základnu pro formulaci strategie projektu pouze v případě, že daný podnikatelský projekt připravuje nově vznikající firma.

**Základní prvky strategie projektu jsou:**

- geografická strategie
- strategie z hlediska tržního podílu
- strategie z hlediska vazby výrobek – trh
- marketingová strategie

### ***1.7.1 Strategie z hlediska podílu na trhu***

Pro podnikatelský projekt je třeba dále stanovit tržní pozici neboli tržní podíl, kterého firma hodlá dosáhnout na určitém trhu. Vycházíme ze tří základních strategií:

### ***1.7.2 Strategie nákladového prvenství***

Ústředním bodem této strategie je dosažení a udržení nižších nákladů, než činí náklady konkurence. Tato výhoda pak poskytuje určitou ochranu před konkurencí, protože z trhu je prvně vytlačen ten subjekt, který má největší náklady. K dosažení tohoto prvenství je zapotřebí vyrábět ve velkých objemech a získat značný podíl na trhu

### ***1.7.3 Strategie diferenciac***

Tato strategie je zaměřená na odlišnost výrobku či služby od konkurence.

#### ***1.7.4 Strategie tržního výklenku***

Důraz se klade na omezenou skupinu zákazníků, omezený okruh produktů či určitý geograficky omezený trh.<sup>4</sup>

### **1.8 Marketingový mix**

Základní složky marketingového mixu tvoří výrobek, cena, podpora prodeje a distribuce. Tyto složky jsou na sobě zcela závislé, přičemž při stanovení jejich optimální kombinace je třeba vycházet z charakteristik trhu a zvolené strategie projektu.

#### ***1.8.1 Výrobek***

Specifikace výrobního sortimentu (či poskytované služby) je jedna z nejdůležitějších součástí projektu. V případě výroby je nutné uvážit výrobu jednoho výrobku či celé výrobkové řady.

#### ***1.8.2 Cena a cenová politika***

Při stanovení ceny je důležité brát v potaz celou řadu významných faktorů, do kterých patří především výše nákladů na jednotku produkce, cenová politika konkurence, cenová elasticita, slevy.

#### ***1.8.3 Podpora prodeje***

Podporu prodeje vyžaduje především nově vstupující výrobek na trh, především z důvodu udržení tržní pozice a dosažení dlouhodobých cílů projektu. Základní formou podpory prodeje je propagace a distribuce.

---

<sup>4</sup> FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Praha: Grada. 1995. 184s. ISBN 80-85623-20-X

#### ***1.8.4 Distribuční kanály***

Tyto kanály jsou tvořeny velkoobchodem, maloobchodem a přímou distribucí zákazníkům. Volbu distribučního kanálu volíme na základě logistických možností.

#### ***1.8.5 Lidské zdroje***

Úspěšnou realizaci a fungování nezajistí pouze dobrý plán, ale především lidské zdroje. Je nutné získat kvalifikované, dostatečně vzdělané a zkušené pracovníky a určit výši osobních nákladů (mzda, prémie, bonusový systém). Potřebu pracovní síly určíme na základě velikosti výrobní jednotky a technologického procesu.

#### ***1.8.6 Organizace a řízení***

V případě rozsáhlejšího podnikatelského projektu je třeba řešit v rámci zpracování technicko-ekonomické studie projektu i organizační uspořádání jednotky, která vznikne realizací projektu. Jde především o rozčlenění jednotky je jednotlivých útvarů, vymezení řídicích úrovní a jejich pravomoci a odpovědnosti.<sup>5</sup>

### **1.9 Plán realizace projektu**

Úkolem daného plánu je především stanovení:

- jednotlivých aktivit, které je třeba zabezpečit
- termínů daných aktivit
- osob odpovědných za realizaci aktivit
- zdrojů, které bude daná realizace využívat
- výsledků, ke kterým by měla daná realizace vést
- vztahů a závislostí aktivit
- aktivit, které mohou být pro realizaci kritické<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Praha: Grada. 1995. 184s. ISBN 80-85623-20-X

<sup>6</sup> FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Praha: Grada. 1995. 184s. ISBN 80-85623-20-X



## **1.10 Podnikání na základě živnostenského oprávnění**

Zahájit podnikatelskou činnost jako živnostník je relativně jednoduché, zvláště tehdy, nehodláme-li se stát plátcem DPH. Pokud se staneme živnostníkem, není žádný právní rozdíl mezi osobou a podnikem. Věřitelé mají právo nejen na podnikatelský ale i osobní majetek. Ztrátě osobního majetku v případě bankrotu lze předejít převedením majetku na příbuzné, vůči kterým nelze uplatňovat vzniklé nároky. Živnostník může využít vlastní a cizí kapitál, stává se svým pánem s povinností zpracování daňového přiznání o příjmech.

### ***1.10.1 Důležité při zahájení živnosti:***

- založení samostatného podnikatelského účtu
- ohlášení se jako živnostník na daňovém úřadu

### ***1.10.2 Výhody podnikání na živnostenský list***

- snadné zřízení živnosti
- člověk je svým pánem
- možnost odepsání nákladů na podnikání z příjmů

### ***1.10.3 Nevýhody podnikání na živnostenský list***

- naprostá zodpovědnost za své závazky vzniklé v důsledku podnikání
- nízký podnikatelský statut<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> BARROW,C.*Základy drobného podnikání*.1.vyd.Praha:Grada.1996.200s.ISBN 80-7169-232-80

## 1.11 Podnikatelské riziko

Neodmyslitelnou součástí podnikání je riziko, které může vést ke ztrátám, narušení stability firmy či ke krachu. Hospodářské výsledky ovlivňuje řada faktorů, jejichž vývoj může být nejistý. Úspěšnost podnikatelského projektu může ovlivnit např.:

- výraznější změna poptávky (změna preferencí, nová konkurence) vedoucí k poklesu prodeje
- změny prodejních cen vyráběných produktů i změny cen jednotlivých vstupů (suroviny, základní materiál, energie, mzdy...)
- podcenění investičních nákladů a pracovního kapitálu, vyplývající z prodloužení doby výstavby a zábehového provozu projektu (zvýšení výrobních nákladů vlivem odpisů a pokles výnosů z prodeje)
- nedosažení projektové výrobní kapacity, ovlivňující opět výši prodejů i výrobních nákladů
- změny techniky a technologie, které mohou způsobit morální zastarání našeho podnikatelského projektu
- změny makroekonomické a hospodářské politiky (změny daňové soustavy, změny týkající se ochrany životního prostředí)
- změny mezinárodního ekonomického a politického okolí (vytváření ekonomických seskupení, politické konflikty a krize v regionech...)<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. Praha: Grada. 1995. 184s. ISBN 80-85623-20-X

## 2 Analýza problému a současné situace

### 2.1 Trh

Být ve správný čas na správném místě, je jeden z důležitých předpokladů, jak se stát úspěšným podnikatelem. Je velmi důležité prozkoumat trh, na který se chystáte vstoupit, z několika hledisek.

#### 2.1.1 Hledisko geografické

Jako místo, kde se chystám zahájit svoji podnikatelskou činnost, jsem si vybrala Brno, největší moravské město. Žije zde přes 400 tisíc obyvatel, síť školek a jeslí je absolutně nedostatečná, ale většina párů potřebuje do rozpočtu dva příjmy. Vzniká zde problém, kam s malým dítětem, když matka musí do práce a nemůže být celé 4 roky na mateřské dovolené.

Místo pro zahájení podnikatelské činnosti je vhodné, je zde celá řada potencionálních zákazníků.

#### 2.1.2 Hledisko časové

Píše se 21.století. Staré a zažitě názory o výchově dětí přestávají platit. Už neplatí, že rodič, který se svému dítěti nevěnuje 24 hodin denně, je špatný rodič. V dnešní době se naopak klade důraz na čas, který partneři stráví spolu, proto je nejlepší čas na vstup nových agentur na trh.

#### 2.1.3 Hledisko demografické

Podle předběžných výsledků demografické statistiky žilo k 31. prosinci 2007 v Jihomoravském kraji **1 140 534 obyvatel**, což je o téměř 8 tisíc více než v roce 2006. Přibýlo 5 tisíc mužů a pouze 3 tisíce žen. Přesto se i nadále projevuje značná početní převaha žen nad muži (555 338 mužů, 585 196 žen).

Co se týče vývoje počtu obyvatel krajského města Brna lze konstatovat, že se poprvé od roku 1993 vloni projevil mírný meziroční nárůst počtu obyvatel (k 31. 12. 2007 žilo v Brně o 1,9 tis. obyvatel více než ke stejnému datu roku 2006).

V Jihomoravském kraji se v roce 2007 živě **narodilo 12 371 dětí**, tj. o 859 více než v roce předcházejícím. Nejvíce dětí se narodilo maminkám s trvalým bydlištěm v Brně (2 126 kluků a 2 083 holčiček).

Procentuální rozdělení obyvatelstva podle věkových kategorií pro obec Brno – Střed dobře vidíme v **tabulce**<sup>9</sup> pod textem. K dané městské části můžeme přiřadit i část města, ve které budu provozovat svoji podnikatelskou činnost.

Tučně zvýrazněné kategorie představují věk potencionálních zákazníků, na které se bude orientovat celá podnikatelská činnost. I když se zvyšuje věk, kdy mají ženy první dítě, je pořád velké množství matek s věkem kolem dvaceti let, ale je mnoho matek s věkem kolem padesáti let. Potencionální zákazníci představují 45,8 % z celkového počtu obyvatel.

<b>věkové složení obyvatel</b>		
0 - 9 let	8 755	10,2 %
10 - 19 let	8 632	10,0 %
<b>20 - 29 let</b>	<b>13 938</b>	<b>16,2 %</b>
<b>30 - 39 let</b>	<b>14 771</b>	<b>17,1 %</b>
<b>40 - 49 let</b>	<b>10 757</b>	<b>12,5 %</b>
50 - 59 let	11 311	13,1 %
60 - 69 let	8 333	9,7 %
70 - 79 let	5 923	6,9 %

---

<sup>9</sup> ČSÚ. *Demografické údaje MČ Brno-střed* [online]. [2008]. Dostupné z [http://www.stred.bрно.cz/showpage.php?name=mc\\_demografie](http://www.stred.bрно.cz/showpage.php?name=mc_demografie)

## **2.2 Konkurence**

Jako největší možnou konkurenci v Brně lze považovat agenturu Bibo a dětské studio v Líšni. Ostatní nabídky k hlídání dětí pocházejí z řad studentů různých věkových kategorií, které pro agentury představují minimální riziko.

Nevýhodou dětského studia v Líšni je skutečnost, že se dítě nachází v prostoru studia. Neexistuje zde možnost hlídání v bydlišti dítěte, což je pro řadu rodičů prioritou. Studio nemá služby rozšířené o případné doučování, jeho jedinou činností je hlídání dětí v prostorách studia.

Daleko větší konkurenci představuje agentura Bibo, která nabízí široké spektrum služeb, včetně hlídání dětí v jejich bydlišti i o víkendech, o svátcích, vyzvedávání ve školkách, jeslích, z kroužků, poradenská činnost, doučování, pořádání narozeninových oslav, cizojazyčné hlídání.

Nabídka služeb Budulínkovy agentury bude velmi podobná nabídce služeb agentury Bibo, ale nabídka doučování bude daleko širší, neuvažujeme ale o pořádání oslav, poradenské činnosti a výuce hry na hudební nástroje.

Brno je dostatečně velké město, aby vedle sebe mohly stát dvě agentury s podobným programem služeb. Důležitou roli zde bude hrát spokojenost zákazníků a cenová politika.

## **2.3 Analýza SWOT**

SWOT analýza hodnotí silné (Strengths), slabé (Weaknesses) stránky společnosti, hrozby (Threats) a příležitosti (Opportunities) spojené s podnikatelským záměrem, projektem, strategií nebo i restrukturalizací procesů.

Díky ní dokážeme komplexně vyhodnotit fungování firmy, nalézt problémy nebo nové možnosti růstu. Je součástí strategického (dlouhodobého) plánování společnosti.

SWOT analýzu je možné využít jako silný nástroj pro stanovení a optimalizaci strategie společnosti, projektu nebo zlepšování stávajícího stavu či procesů.

### ***2.3.1 Oblasti používání SWOT analýzy:***

- marketing
- management
- procesní řízení
- projektové řízení
- systém kvality
- apod.

### ***2.3.2 Silné stránky***

- rozšíření nabídky pro rodiny s dětmi
- silná orientace na zákazníka
- plnění individuálních požadavků
- široké nabídka doučování pro žáky ZŠ a SŠ
- hlídání dětí i v cizojazyčných rodinách
- hlídání v bydlišti dítěte

### ***2.3.3 Slabé stránky***

- možná počáteční nedůvěra od potencionálních zákazníků
- nově vstupující firma
- složité vybírání kvalifikovaných zaměstnanců

### ***2.3.4 Příležitosti***

- to, že jsme nová firma může být také určitá příležitost
- zvědavost potencionálních zákazníků

- nepřesycený trh
- nabídka doučování pro děti

### **2.3.5 Hrozby**

- řada zákazníků může důvěřovat pouze své oblíbené agentuře či au-pair
- malý podíl vlastního kapitálu
- špatně vybraný personál

## **2.4 Marketingový mix**

Základní složky marketingového mixu tvoří výrobek, cena, podpora prodeje a distribuce. Tyto složky jsou na sobě zcela závislé, přičemž při stanovení jejich optimální kombinace je třeba vycházet z charakteristik trhu a zvolené strategie projektu.

### **2.4.1 Výrobek**

Sortiment agentury tvoří spektrum služeb – doučování a hlídání dětí všech věkových kategorií. Doučování je zaměřené na látku základních a středních škol (všeobecné předměty). Děti budou hlídány v místě bydliště, budou mít zajištěný doprovod k lékaři, do kroužků. Doučování bude orientované na doplnění znalostí v matematice, fyzice, chemii, českém jazyce, ekonomii, účetnictví, anglickém a německém jazyce. Všechny tyto předměty budou zajištěny také na středoškolské úrovni.

### **2.4.2 Cena**

Největší tlak na cenu vytváří konkurence, která je na trhu již stálíci. Snahou bude zajištění cen na úrovni konkurence či nižší bez ztráty určité kvality. Pro stálé zákazníky bude vytvořen speciální slevový systém.

### ***2.4.3 Podpora prodeje***

Vstup agentury na trh bude podpořen jistou marketingovou strategií. V okolí sídla agentury se budou rozdávat informativní letáčky, reklamu zveřejníme v denním tisku (Metro), na internetu. Věřím, že náklady vynaložené na reklamu se mi vrátí.



## **3 Vlastní návrhy řešení**

### **3.1 Souhrnný přehled**

Název společnosti: **Budulínkova agentura**

Kontaktní adresa: Selská 23, Brno – Maloměřice, 614 00

Kontaktní telefon: +420 728 535 173  
+420 545 235 673

Kontaktní email: buduage@tiscali.cz

Webové stránky: [www.budulinkova-agentura.cz](http://www.budulinkova-agentura.cz)

Podnikatel: Lucie Kocmanová

Předmět podnikání: Agentura zabývající se hlídáním a doučováním dětí

Forma podnikání: Podnikání na základě živnostenského oprávnění

### **3.2 Cíle, kterých chci podnikatelskou činností dosáhnout**

Hlavní myšlenka celého projektu spočívá ve vyplnění mezery v oblasti agentur na hlídání a doučování dětí. Jde o další možnost, jak se mohou matky věnovat zaměstnání nebo studiu během mateřské dovolené či nízkého věku dítěte. V naší republice je nedostatek jeslí a mateřských školek, je nutné vytvořit rodičům tyto možnosti, dnešní doba se bez zaměstnání obou rodičů neobejde.

Důraz bude kladen na kvalitní zaměstnance především z řad studentek a studentů, kteří budou mít s hlídáním dětí zkušenosti a pedagogů, kteří budou externími pracovníky.

S určitou kvalitou nabízených služeb se dostaví také zisk, který je výstupem každé podnikatelské činnosti.

Do budoucna se předpokládá rozšíření služeb agentury také o péči o seniory, kteří pomoc společnosti potřebují také.

### **3.3 Strategie**

Činnost agentury bude vycházet z blízkého kontaktu se zákazníkem, bude se snažit vyhovět jeho individuálním požadavkům, usilovat o opětovné využití služeb agentury. Spokojený zákazník zajistí rozšíření informací o agentuře, případně ji doporučí svým známým.

Pro zákazníky, kteří našich služeb využijí opakovaně, bude připraven systém slev a odměn. Každý zákazník, který bude spokojen s paní na hlídání či doučování svého dítěte, může požádat při další objednávce služby o tutéž osobu.

Naším cílem je být lepší než konkurence, nabídnout za stejné peníze lepší službu, brát každého zákazníka jako individualitu, samozřejmostí je další rozšiřování služeb, kvalifikovaný personál.

Jde nám o to, aby i rodiče malých dětí mohli žít podobným životem, jako před příchodem potomka, aby na sebe i v dnešní hektické době měli dostatek času, aby děti našich zákazníků neměli žádné problémy se studiem.

### **3.4 Moje služby**

- hlídání dětí všech věkových kategorií
- hlídání dětí v místě bydliště
- doprovod dětí k lékaři, do kroužků
- hlídání více dětí naráz
- hlídání dětí mladších 3 let
- doučování žáků středních a základních škol
- doučování většiny všeobecných předmětů
- matematika, fyzika, chemie
- anglický a německý jazyk
- ekonomie a účetnictví

### **3.5 Cenová politika**

#### ***3.5.1 Pojem kalkulace***

- v kalkulaci se vyčíslují vlastní náklady na jednotku jednoletých výkonů např. vlastní náklady na výrobu jednoho kusu kapesníků série 115
- hovoříme o nákupních, výrobních a prodejních kalkulacích
- kalkulace slouží především pro potřeby oceňování, srovnávání a kontrolu podnikových výkonů
- označujeme je proto jako kalkulace vlastních nákladů
- předmětem kalkulace vlastních nákladů jsou materiál, zboží, výrobky práce a služby, které podnik pořizuje, vyrábí nebo poskytuje buď s určením pro prodej nebo pro vnitropodnikovou spotřebu

- kalkulací rozumíme stanovení (předem) nebo zjištění (následně) vlastních nákladů nebo ceny na kalkulační jednice (výkony)
- znamená to, že kalkulace sestavujeme buď před zahájením určité činnosti nebo po jejím skončení
- kalkulační jednice jsou výkony (výrobky, práce, služby) případně jejich části vymezené přesně množstvím, časem nebo jiným způsobem
- kalkulační jednice je vymezena měřicí jednotkou výkonu, na který stanovujeme nebo zjišťujeme vlastní náklady

### **3.5.2 Druhy kalkulací:**

1. *Předběžná kalkulace* – při sestavování používáme technicko-hospodářské normy
  - sestavuje se před provedením příslušných výkonů
2. *Výsledná kalkulace* – obsahuje skutečné náklady na dokončené kalkulační jednici
  - využíváme údaje z účetnictví nebo údaje operativní evidence

### **3.5.3 Stanovení nákladů v předběžných kalkulacích**

- postupujeme odlišně u nákladů přímých a nepřímých

**Přímé náklady** se stanoví v předběžných kalkulacích obvykle podle norem spotřeby materiálu a podle norem spotřeby času výrobních dělníků

**Nepřímé náklady** kalkulujeme tak, že nejdříve zjistíme jejich celkový objem a následně vyčíslujeme podíl připadající na kalkulační jednice, pro stanovení podílu nepřímých nákladů na kalkulační jednice používáme tzv. rozvrhovou základnu (protože se v podniku vyrábí více druhů výrobku, či poskytuje více služeb)

### 3.5.4 Předběžná kalkulace

Položka kalkulace	Služba	
	Hlídaní 1h	Doučování 1h
1. přímé mzdy	75 Kč	70 Kč
2. správní režie 25 % k přímým mzdám	18,75 Kč	17,5 Kč
3. Odbytová režie 12 % k přímým mzdám	9 Kč	8 Kč
Vlastní náklady výkonu	103 Kč	97 Kč

Zdroj: Vlastní výpočty

Správní režie zahrnuje moji mzdu, odbytová režie zahrnuje náklady na reklamu.

Jako rozvrhovou základnu jsem zvolila jediné přímé náklady – mzdu. Do kalkulace není započten zisk. Tato kalkulace je předběžná a bude se lišit dle věku dítěte, čerpáním slevových nároků či obtížností předmětu.

Očekávaný zisk je 15 % z každé hodiny:

**Konečná cena hlídání:**

$103 \cdot 1,15 = 120,- \text{ Kč}$

**Konečná cena doučování:**

$97 \cdot 1,15 = 110,- \text{ Kč}$

### 3.5.5 Program slev

#### 1. 3 za cenu 2

Jedná se o slevu, která vyhovuje potřebám mladých matek, které touží, i přes své mateřství, po kontaktu se svými přáteli. V případě tří kamarádek- matek jde o hromadné hlídání jejich ratolestí. Každá hodina bude účtována pouze dvakrát.

## **2. 5 + 1 zdarma**

Jde o slevu týkající se doučování, každá 6. lekce dítěte nebude rodičům účtována.

## **3. Doporuč a získej 5 %**

Za každého zákazníka, který využije naše služby a sdělí nám, že mu naše agentura byla doporučena vámi, získáte slevu 5 % z další služby, kterou si objednáte.

### **3.6 Propagace, reklama**

Na začátku každé podnikatelské činnosti je velice důležitá dobrá marketingová strategie. Jako prostředky, které se chystám využít, jsem si zvolila internet, informační letáčky, denní tisk.

Svoji agenturu budu prezentovat v novinách Metro, které jsou poskytovány obyvatelům Brna zdarma především na zastávkách MHD. Předpokládám, že inzerát do daného deníku vložím minimálně dvakrát. Náklady na jedno zveřejnění reklamy jsou 4 919<sup>10</sup> za předpokladu, že inzerát podám do čtvrtletního výtisku a na jednu ze zadních stránek.

Další náklady budou spojeny se zveřejněním webových stránek a výtiskem a distribucí informativních letáků. Předpokládané náklady se pohybují kolem 80 000.-.

#### **3.6.1 Webové stránky**

Pro prezentaci svojí agentury jsem si zvolila také možnost využít zviditelnění prostřednictvím internetu, který je v dnešní době tak populární. Finální verzi webových stránek samozřejmě zpracuje IT specialista, ale je nutné předložení návrhu.

---

<sup>10</sup> Informace čerpány z ceníku platného od 7.4.2008 a vystaveného na stránkách deníku Metro



Majitelka agentury Lucie Kocmanová do své podnikatelské činnosti vkládá osobní automobil v hodnotě 100 000,-, PC v hodnotě 60 000,-, peněžní prostředky na bankovním účtu 20 000,-. Na začátku podnikatelské činnosti se předpokládá úvěr ve výši 100 000,-.

### **Kancelář agentury:**

Budulínkova agentura  
Selská 23  
614 00 Brno – Maloměřice

Jelikož jde o rodinný dům, ve kterém bydlím, je zde dostatek místa pro vybudování kanceláře. Touto skutečností ušetřím peněžní prostředky, které bych jinak vydala za pronájem kancelářského prostoru.

### **3.7.1 Organizační struktura**

Majitel agentury: Lucie Kocmanová  
Vedoucí kanceláře agentury: Lucie Kocmanová

Agenturu budu zastupovat na všech jednáních a jsem jediná pověřená osoba, která smí jednat jménem agentury.

Jelikož služby agentury budou z počátku využívat spíše lidé z blízkého okolí, předpokládám zaměstnání dvanácti osob na dohodu o pracovní činnosti. S rostoucím počtem zakázek se bude úměrně zvyšovat počet zaměstnanců.



### **3.7.2 Pracovně – právní vztahy**

Všichni zaměstnanci budou zaměstnáni na dohodu o pracovní činnosti. Tento druh pracovní smlouvy ukládá počet odpracovaných hodin ve výši poloviny standardní pracovní doby (20 hodin týdně), zaměstnanci budou odvádět sociální zdravotní pojištění. Zaměstnanec nemá placenou dovolenou. Smlouva bude obsahovat dodatky o bonusech.

### **3.7.3 Pracovní doba**

Zaměstnanec nemá přesně stanovenou pracovní dobu, ale předpokládá se, že doučování bude probíhat především v odpoledních hodinách a hlídacích služeb je možné využít 24 hodin denně včetně víkendů a svátků. Zaměstnanci odevzdávají tzv. plán směn, podle kterého zaměstnavatel uspokojuje zakázky.

### **3.7.4.Mzda , bonusy**

Pro hlídání dětí je základní mzda stanovena na 75,-/1 h. Výše skutečné hodinové mzdy se odvíjí od věku dítěte, doby, kdy k hlídání došlo. Tyto skutečnosti se řeší dle hodinových příplatků. Největších bonusů lze dosáhnout, vyžádá-li si zákazník opakovaně stejného zaměstnance

Pro doučování je základní mzda stanovena na 70 ,-/vyučovací hodina. Výše hodinových příplatků se odvíjí od náročnosti předmětu. Vyšší příplatky jsou vypláceny u předmětů na úrovni středních škol.

### **3.7.5 Výběrové řízení**

Uchazeč zašle na adresu naší agentury životopis, popíše své zkušenosti s hlídáním dětí popřípadě, který předmět by chtěl doučovat. U zkušeností s hlídáním dětí je pro nás důležité věk hlídaného dítěte, jak často k hlídání docházelo či zda šlo o rodinného příslušníka (sourozenec, bratranec, sestřenice...), krátký posudek od osoby, která své dítě svěřovala do rukou uchazeče o zaměstnání (rodiče, teta, strýc, známý). Tento

posudek je pro nás velmi důležitý, v životopise je důležité uvést své záliby a dosažené vzdělání.

U zájmu o doučování je důležité uvést, jaká má uchazeč zkušenosti s doučováním a jakých výsledků dosáhl, které předměty je schopen doučovat a na jaké úrovni, posudek od osoby, kterou doučoval. V životopise je důležité uvést dosažené vzdělání a druh vzdělání, ve kterém pokračuje.

V obou případech uchazeči podstoupí jednoduchý psychologický test a budou podrobeni pohovoru.

### ***3.7.6 Požadavky na zaměstnance***

- dokončené min. středoškolské vzdělání
- předpokládá se studium na vysoké škole
- příjemné vystupování
- klidná povaha
- všeobecný přehled
- kladný vztah k dětem
- pozitivní výsledek psychologických testů
- zkušenosti s hlídáním či doučováním dětí
- kreativita – schopnost dětem vymyslet krátkodobý program

## 4 Způsob financování a zhodnocení podnikatelského záměru

Do své podnikatelské činnosti vkládám osobní automobil v hodnotě 100 000,-, PC v hodnotě 60 000,-, peněžní prostředky na bankovním účtu 20 000,-. Na začátku podnikatelské činnosti se předpokládá úvěr ve výši 100 000,-. Jelikož bude kancelář agentury v rodinném domě, odpadá placení nájemného.

### 4.1 Odpisy

Pro potřeby odpisu osobního automobilu a PC jsem zvolila metodu zrychleného odpisu dlouhodobého hmotného majetku.

#### 4.1.1 Automobil

pořizovací cena 100 000,- Kč, odpisová skupina 2, 5 let doba odpisu

	1. rok	2.rok	3.rok	4.rok	5.rok
Odpis	20 000 Kč	32 000 Kč	24 000 Kč	16 000 Kč	8 000 Kč

Zdroj: Vlastní výpočty

#### 4.1.2 PC

Pořizovací cena 60 000,- Kč, odpisová skupina 1, 3 roky doba odpisu

	1.rok	2.rok	3.rok
Odpis	20000 Kč	26667 Kč	13333 Kč

Zdroj: Vlastní výpočty

## 4.2 Podnikatelský úvěr

Pro začátek podnikatelské činnosti se předpokládá úvěr ve výši 100 000,-Kč. Tento úvěr budu splácet 3 roky s úrokovou sazbou 10,9 % p.a.

Rok	PS úvěru	Roční platba	Úrok	Úmor	Konečný stav
1	100 000 Kč	40 608 Kč	10 900 Kč	29 708 Kč	70 292 Kč
2	70 292 Kč	40 608 Kč	7 662 Kč	32 946 Kč	37 346 Kč
3	37 346 Kč	40 608 Kč	4 071 Kč	36 537 Kč	0 Kč

Zdroj: Vlastní výpočty

## 4.3 Mzdové náklady

Pro první rok podnikatelské činnosti se předpokládá, že agentura zaměstná cca 12 zaměstnanců na Dohodu o pracovní činnosti. Hodinový měsíční úvazek nesmí přesáhnout polovinu pracovní doby, která je u HPP. Předpokládaný počet odpracovaných hodin u každého zaměstnance je tedy cca 80 hodin. U DPČ zaměstnanec i zaměstnavatel odvádí sociální a zdravotní pojištění. Předpokládaná výše odměn bude 300,- Kč měsíčně u každého. Pro předpokládané určení mzdových nákladů použiji hodinovou sazbu 75,- Kč.

Hrubá mzda:	$((75*80)*12) =$	72 000,- Kč	=	864000,- Kč/ rok
Odměny:	$300*12 =$	3600,- Kč	=	43200,- Kč/rok
			=	<b>907200,- Kč/rok</b>

**Odvody:**  $907200 * 0,35 = 317520,- \text{ Kč}$

**Předpokládané roční mzdové náklady:** **1 224 720,- Kč**

## 4.4 Výpočet čisté mzdy

Zaměstnanec je zaměstnán na DPČ, má podepsané daňové prohlášení a je student, výše měsíční hrubé mzdy je 6300,- Kč. Daň se vypočítává ze superhrubé mzdy, která je rovna 135 % hrubé mzdy zaměstnance. Odečitatelné položky jsou 2070,- Kč/poplatník a 335,- Kč/ student.

Hrubá mzda:	6300,-
SP + ZP 12,5 %:	787,5,-
Superhrubá mzda:	8505,-
Daň 15 %:	1276,-
Sleva poplatník:	2070,-
Sleva student:	335,-
Skutečná daň: (1316-2070-335)	0,-

**Čistá mzda:**  $\text{Hrubá mzda} - (\text{SP} + \text{ZP}) - \text{Daň} = 5\,512,50,- \text{ Kč}$

## 4.5 Provozní náklady

Do provozních nákladů agentury patří:

- účty za energie
- účty za telekomunikační prostředky
- účty za provoz a správu webových stránek
- náklady na pohonné hmoty

Energie:	cca 2500,- Kč
Telekomunikační prostředky:	cca 4000,- Kč
Provoz a správa WWW:	cca 3000,- Kč

Pohonné hmoty: cca 1500,- Kč  
 Ostatní PN: cca 1000,- Kč

**PN = cca 12 000,- Kč/měsíčně = 144 000,- Kč/rok**

## 4.6 Očekávané tržby

Na základě nabídky a poptávky na daném trhu očekáváme větší zájem o hlídání dětí než doučování a to především pro nedostatek jeslí a mateřských školek. Počítáme měsíčně s hlídáním v rozsahu 700 hodin a doučováním v rozsahu 400 hodin. V případě větší poptávky po našich službách bude zapotřebí přijmout další zaměstnance, ale s tím se počítá až v dalších letech podnikatelské činnosti. Pro výpočet očekávaných tržeb použiji ceny, které jsem získala kalkulací, tj. ceny bez nároku na slevu či bez příplatku za nadstandardní služby.

**Tržby za hlídání dětí:**  $120 * 700 = 84\,000,-$  = 1 008 000,- Kč/rok

**Tržby za doučování dětí:**  $110 * 400 = 44\,000,-$  = 528 000,- Kč/rok

**Celkové roční očekávané tržby:** 1 536 000,- Kč

## 4.7 Zakladatelský rozpočet

A		P	
<b>SA</b>		<b>VZ</b>	
Automobil	100 000	Základní kapitál	80 000
PC	60 000		
<b>OA</b>		<b>CZ</b>	
Bankovní účet	20 000	Bankovní úvěr	100 000
	180 000		180 000

<b>Tržby</b>		<b>1 536 000,- Kč</b>
<b>Mzdové náklady</b>	-	<b>1 224 720,- Kč</b>
<b>Provozní náklady</b>	-	<b>144 000,- Kč</b>
<b>Odpisy</b>	-	<b>40 000,- Kč</b>
<b>Náklady úrok</b>	-	<b>10 900,- Kč</b>
		<b>116 380,- Kč</b>

**Dan 24 % = 27 931,-Kč**

**Čistý zisk: 116 380 – 27 931 = 88 449,- Kč**

#### **4.8 Plán peněžního toku**

<b>Čistý zisk</b>		<b>88 449,- Kč</b>
<b>Odpisy</b>		<b>40 000,- Kč</b>
<b>Splátka úvěru</b>	-	<b>40 608,- Kč</b>
<b>Čistý peněžní tok podnikání</b>		<b>87 841,- Kč</b>

#### **4.9. Zhodnocení podnikatelského záměru a doporučení**

Po důkladném prozkoumání trhu v místě založení podnikatelské činnosti, po provedení SWOT analýzy a marketingového mixu jsem došla k řadě pozitivních zjištění. Trh v okolí není přesycen, ale trpí závažným nedostatkem zařízení pro děti. Chybí zde možnost doučovat děti za přijatelnou cenu. Z provedených analýz jsem zjistila slabé i silné stránky, příležitosti a rizika projektu. Mezi slabé stránky patří především fakt, že zde existuje jistá počáteční nedůvěra ke každé nově vstupující firmě na trh. Další slabou stránkou je složitější výběr zaměstnanců. Je zde ale celá řada silných stránek a

příležitostí, mezi které patří právě vyplnění již zmíněné mezery na trhu či zvědavost zákazníků.

Celý podnikatelský záměr je postavený na nabízení služeb – doučování a hlídání dětí. K tomu, aby se agentura dostala do podvědomí, využiji nejen tisk a propagační materiál, ale také webové stránky.

Do majetku agentury vkládám osobní automobil a PC. Předpokládá se využití podnikatelského úvěru ve výši 100 000,- Kč, který budu splácet 3 roky. Předpokládané roční mzdové náklady jsou 1 224 720,- Kč, předpokládané roční provozní náklady jsou 144 000,- Kč, očekávané tržby jsou 1 536 000,- Kč. Po sestavení počáteční rozvahy a provedení cash flow zjišťujeme kladný zisk již v prvním roce podnikatelské činnosti.

Nedojde-li k nepředvídatelným změnám, extrémnímu růstu inflace či silnému tlaku ze strany konkurence, doporučuji tento projekt uvést do reality.



## Závěr

Rozhodla jsem se stát podnikatelkou na území ČR, kde existuje určitá podpora v oblasti podnikání. Pro prozkoumání trhu především v Brně a okolí jsem zjistila nedostatek zařízení pro hlídání dětí. Dnešní doba si vyžaduje, aby do zaměstnání chodili jak otec tak matka dítěte, která musí většinou do zaměstnání nastoupit ještě dřív, než skončí doba mateřské dovolené. Proto je nutné rodičům usnadnit rozhodování a snažit se jim nabídku institucí, které jim hlídání dítěte zajistí, rozšiřovat.

Jsem majitelka agentury, která se specializuje na hlídání dětí každého věku a doučování celé řady předmětů na úrovni základních a středních škol. Největším konkurentem v okolí mé agentury je agentura Bibo a dětské studio v Líšni.

K podnikání je třeba živnostenského oprávnění. K hlídání dětí od 3 let jde o druh volné živnosti ze skupiny Mimoškolní výchova a vzdělávání. K hlídání dětí do 3 let věku se jedná o živnost vázanou, kde je zapotřebí určitého vzdělání a praxe. Na počátku každé podnikatelské činnosti je nutné založení účtu pro podnikatelské účely, přihlášení k potřebným institucím a vyřízení podnikatelského úvěru, je-li potřebný. Dále je důležité rozhodnout se, co vložíme do podnikatelské činnosti.

Do majetku agentury vkládám osobní automobil v hodnotě 100 000,- Kč, počítač s kompletním vybavením v hodnotě 60 000,- Kč, peněžní hotovost na bankovním účtu v hodnotě 20 000,- Kč. Po přezkoumání finančních potřeb pro zahájení podnikání jsem se rozhodla pro podnikatelské úvěr ve výši 100 000,- Kč a roční sazbou 10,9 % p.a.. Tento úvěr budu splácet po dobu 3 let. Roční výše splátky je 40 608,- Kč. Využití úvěru spočívá především k uhrazení na náklady spojené s propagací agentury a tvorbu WWW stránek. Propagaci agentury zajistím především prostřednictvím webových stránek, ale také využitím otištění reklamy v deníku Metro a roznosem informačních letáčků.

Během prvního roku podnikatelské činnosti předpokládám zaměstnání 12 osob na Dohodu o pracovní činnosti. Všichni zájemci musí podstoupit výběrové řízení, které se skládá z odevzdání životopisu, posudku osoby, kde zájemce o zaměstnání doučoval či

hlídal děti, psychotestů a osobního pohovoru. Je pro nás existenční nutností vybírat zájemce, kteří mají k dětem vřelý vztah, protože jejich vystupování je zárukou zisků pro agenturu.

Předpokládané tržby v prvním roce jsou 1 536 000,- Kč, očekávané mzdové náklady při zaměstnání 12 osob na DPČ jsou 1 224 720,- Kč, očekávané provozní náklady, které zahrnují poplatky za energii, telekomunikační prostředky, správu WWW stránek, náklady na pohonné hmoty, atd., jsou 144 000,- Kč. V případě odpisů jsem se rozhodla pro zrychlenou formu odepisování DHM, výše odpisů v prvním roce činí 40 000,- Kč.

Čistý peněžní tok podnikání v prvním roce činí 87 841,- Kč. Sice nejde o žádnou převratnou sumu, ale je pozitivní, že agentura již v prvním roce podnikání dosahuje určitého zisku a nedostala se do záporných hodnot. V dalším roce se předpokládá růst poptávky a tudíž růst počtu zaměstnanců.

Největší růst zájmu o hlídání dětí, především ve věku od 6-9 let, je očekáván v období prázdnin, které děti mívají v rámci výuky na ZŠ. Ne každý rodič si může vzít v zaměstnání volno či úlohu rodičů na chvíli zastoupí prarodiče.

Rostoucí zájem o doučování pocítíme v období uzavírání pololetních známek, kdy většina studentů dohání resty a snaží se o zlepšení známek.

Věřím v úspěšnost daného projektu, především pro jeho vhodnou geografickou polohu. Založení živnosti v druhém největším městě ČR je určitým předpokladem úspěšnosti. V malém městě či vesnici bych se pro tento podnikatelský záměr nikdy nerozhodla, nízká koncentrace mladých lidí by byla předpokladem pro zánik agentury.

Bude-li agentura úspěšná i v dalších letech a zisk bude vykazovat rostoucí tendenci, uvažuji o rozšíření služeb agentury.

Tímto rozšířením mám na mysli péči o seniory. Jde o protipól dosavadních služeb agentury, ale i v této oblasti dochází ke nedostatku nabídky možností, jak se o

nemohoucí a stárnoucí rodiče postarat v době, kdy děti seniorů musí pracovat do věku přes 60 let.

Nabídka penzionů pro seniory, domů důstojného stáří a pečovatelek je minimální. Je proto nutné trh obohatit o pečovatelky, které se mohou o nemohoucí či stárnoucí osoby starat v době, kdy jejich potomci musí být v zaměstnání.

Věřím, že s kvalitními zaměstnanci a bohatou nabídkou služeb dosáhnu úspěchu.

## Seznam použité literatury

1. BARROW,C.*Základy drobného podnikání*.1.vyd.Praha:Grada.1996.200s.ISBN 80-7169-232-80
2. BLACKWELL,E.*Podnikatelský plán*.přeložil.J.Tolman.1.vyd.Praha:Readers International Prague.1993.134s.ISBN 80-901454-1-8
3. BOWMAN,C.*Strategický management*.1.vyd.Praha:Grada.1996.152s.ISBN 80-7165-230
4. CZECHINVEST. *Jak napsat podnikatelský plán- elektronická kniha* [online].2008[cit.2008-03-16]. Dostupné z <http://www.czechinvest.org>
5. ČSÚ. *Demografické údaje MČ Brno-střed* [online].2008[cit.2008-03-16]. Dostupné z [http://www.stred.bрно.cz/showpage.php?name=mc\\_demografie](http://www.stred.bрно.cz/showpage.php?name=mc_demografie)
6. DOUCHA,R.*Finanční analýza podniku*.1.vyd.Praha:voc.1997,224s.ISBN 80-902111-2-7
7. FOTR,J.*Podnikatelský plán a investiční rozhodování*.Praha:Grada.1995.184s.ISBN 80-85623-20-X
8. FOTR,J.*Příprava a hodnocení podnikatelských projektů*.1.vyd.Praha:VŠE. 1993.164s. ISBN 80-7079-759-2
9. FREIBERG. F. *Finanční teorie a financování*. 1. vyd. Praha: ČVUT. 1997. 214s.ISBN 80-01-01101-1
10. JOHNSON,G.a SCHOLLES,K.*Cesty k úspěšnému podniku*.1.vyd.Praha:Computer press.2000.803s.ISBN 80-7226-220-3
11. KEŘKOVSKÝ,M. a VYKYPĚL,O.*Strategické řízení*.3.vyd.Brno:PCDIR.1999.150s.ISBN 80-214-1538-X
12. KONEČNÝ,M.*Finanční analýza a plánování*.4.vyd.Brno:PC-DIR.1999.150s.ISBN 80-214-12-79-8
13. KOSINA,A. a SÁNCHEZOVÁ,I.*Etika podnikání a daně*.Komora.2006.č.5, s.10-11
14. KORÁB,V. a MIHALISKO,M.*Založení a řízení podniků*.1.vyd.Brno:Nový Zdeněk.2003.128s.ISBN 80-214-2513-X
15. SEDLÁČEK,J.*Cash Flow*.1.vyd.Brno:Computer Press.2003.124s.ISBN 80-7226-875-9

16. STRUCK, V. *Přesvědčivý podnikatelský plán*. přeložil J. Vašenda. 1. vyd. Praha: Management Press. 1992. 137s. ISBN 80-85603-12-8
17. SVRČKOVÁ, T. *Firemní filantropie patří k etice podnikání*. Komora, 2006, č. 5, s. 13
18. VOSTÁLOVÁ, M. *Úloha malých a středních podniků v EU*. Komora, 2006, č. 5, s. 20
19. WÜPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Praha: Management Press. 2003. 160s. ISBN 80-7261-075-9